

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
ものづくり産業	長野県をコンピュータ&コミュニケーションのメッカとする。
ものづくり産業	経済活性化のためには、企業との協働や新しい分野への投資も重要。最近関心が高まっている自然エネルギー分野やニーズが膨らんでいる医療・福祉分野への投資も、十分に吟味しながら推進すべき。
ものづくり産業	健康長寿県としての強みを活かし、健康食品や介護・福祉医療機器など産業の発展を支援することが効果的
ものづくり産業	世界的な競争力を獲得するため、有望な産業に対してより一層の支援・誘致・創業支援策を講じていくのが良い。
ものづくり産業	精密機械等製造業の世界市場への発展を助成したり、新たな企業を誘致して雇用の場を確保すれば、地域を元気にすることができる。
ものづくり産業	今後はアジア諸国のニーズに対し、県内企業がきめ細かく対応して売上を伸ばせるかがカギになるため、県が製造業のサポートを行う。
ものづくり産業	海外を相手にしなければならないため、県でも製造業を大いにサポートしなければならない。
ものづくり産業	精密機械工業をさらに活性化させ、大いにアピールするべき。何か1つでも他県には真似できない製品をつくり、made in NAGANO ブランドを確立する。
ものづくり産業	県内の産業資源を積極的に発掘し、企業へアピールする役割を行政が担うべき。
ものづくり産業	県内外の産業支援機関・大学、銀行・証券会社等の金融機関を巻き込み、「産学官金」が連携して施策を担うことが重要
ものづくり産業	長野県のブランドイメージが定着している繊維・精密機械・農業等の分野では、研究機関・地元企業との産学官連携体制を強化し、新素材・新品種の研究成果をいち早くビジネスの種として育てよう努めるべき。
ものづくり産業	産学官・農商工の横の連携を密にし、新たな産業・製品を開発することで、仕事の選択肢を増やすことが可能。また、高齢者・男女を問わず、創業しやすい環境を作ることも重要
ものづくり産業	信州大学で行われているカーボンナノチューブの研究に協力し、県内企業を巻き込み、カーボンナノチューブを利用した製品開発を進めるべき。
ものづくり産業	異分野間の交流により全く発想しなかった問題解決の糸口が見えたり、意欲ある人が熱いエネルギーを交換することで動きができ、それが他の人々にも刺激になる。
ものづくり産業	未利用地、農地を利用した大規模産業クラスターを形成し、産業の活性化と財源確保を目指す。
ものづくり産業	後進国の台頭に対応するため、起業支援、高付加価値製品の研究開発支援、産学官連携による産業クラスターの形成促進等により、県内産業を支援することが必要
ものづくり産業	購入物品選定においては、日本製品、地産製品を優先する。
ものづくり産業	長野県は精密機器の製造など優れた技術を持っているため、その技術を他国に売り出す環境を整える。
ものづくり産業	グローバル化を成長のエンジンとして世界に機会を広げることで、県内企業で職を得て、世界で活躍することが可能になる。
ものづくり産業	アジアの各地域の企業と県内企業が出会い、パートナーになるよう仲介役をする。
ものづくり産業	長野県の製品、伝統技術等の海外への出展サポートの強化
ものづくり産業	製品を必要とする人がどこにいても情報面・物流面でつながることができる環境を整備し、国内外へ迅速に輸送できるルートを確保すること。
ものづくり産業	これからの産業には、作ったモノを売りにいく姿勢ではなく、必要とされるモノを作り、必要とされる場所へ売りに行くという姿勢が大切
ものづくり産業	県民が県内企業を知って愛着を持てるようにし、県内消費を高める、といった小さな活動から地道に取り組むことが大切
ものづくり産業	諏訪地方を中心に発展した精密工業の工業製品を内部で消費できるような仕組みをつくる。

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
ものづくり産業	新産業創出に積極的にに関わり、事業体を立ち上げ雇用を確保する。
ものづくり産業	不況時にも大きく変動しない産業または技術を集積する。
ものづくり産業	長野県が古くから得意としている産業等は、地域や環境との相性が良いので発展してきた。企業誘致等の外からの資本に加え、長野県とマッチした地域産業が社会をリードすることで、長野県の魅力をより高めてくれる。
ものづくり産業	首都圏に集中している産業の中で、長野県の強みとなるものを誘致し、県内産業の発展につなげる。
ものづくり産業	企業を誘致し信州を活性化させる。
ものづくり産業	長野県の活性化のために最も力を入れることは企業の誘致
ものづくり産業	企業誘致の促進と成長分野産業(医療・環境・先端技術)の強化
ものづくり産業	雇用の場を確保するため、ものづくり・農業・林業・建設業・サービス業等の企業誘致を行うことが必要
ものづくり産業	企業誘致を行う。非課税の特区を指定し、地元大学との連携を促すことができれば、新たな可能性を見出すことができる。
ものづくり産業	長野県の広い土地を活かし、農業・工業系企業の積極的な誘致を図るなど、長野県の特徴を活かした取組が必要
ものづくり産業	首都圏に近く、土地も首都圏より安価であるという利点を活かして様々な職種の企業を誘致し、就職先の選択肢を広げる。
ものづくり産業	地元で就職した者は、医療関係・金融関係・公務員が多い。県はもう少し企業誘致に積極的になっても良いのではないか。
ものづくり産業	震災等の影響で地方に移る会社が増えると考えられるため、インターネット整備による企業誘致を行う。長野県に移り住んできた人達に地元の行事に積極的に参加してもらい、その地域を活性化する。
ものづくり産業	「東京・愛知へ1時間」をキャッチフレーズに、企業誘致等を更にアピールするべき。大手企業の工場誘致は雇用創出の上で有効。現在、電力不足でもあり、PRの成果が得られるのではないか。
ものづくり産業	長野県に住みたくても雇用がなければ暮らせないため、企業の本社・地方営業所等を積極的に誘致することが必要。長野県の立地の良さに加え、企業が長野県に進出しやすい環境を整え、県外に広くアピールすることが重要
ものづくり産業	現在、東日本大震災による電力事情の悪化により、都心に集中していた企業を地方に誘致する好機。高速道路網を用いた物流の活性化、日本海側の近隣県との協力による東アジア諸国との貿易活性化、IT環境の充実等により、誘致活動を進めることができる。
ものづくり産業	産業活性化のために企業誘致をする。災害時の対応策を提示しリスクを分散させるような仕組みが提案できれば良い。
ものづくり産業	工場立地件数の確保に力を入れ、雇用を増やすべき。
ものづくり産業	工業活性化施策として、県外企業の誘致と、県内企業の活性化がある。アクセスが便利な工業団地の設置、法人税等の優遇措置やPR活動、専門機関による技術的サポートの充実が必要
ものづくり産業	自治体単独の企業誘致に影が落ち始めているため、自治体の企業誘致を県がバックアップし、更なる雇用の拡大ができれば良い。
ものづくり産業	経済を持続的に活性化させるには、研究開発型企業の育成・誘致・集積により最先端の技術を確認することが重要。高度人材が能力に見合った処遇で県内に移住できる環境を整備することが必要
ものづくり産業	進学・就職のため都市圏へ流出した若者やUターン・Iターンを希望する社会人が「目指す企業」を育成することが急務
ものづくり産業	東京・名古屋等の都市部に近く、近隣県が多いという地の利があるため、工場誘致を積極的に行い、若い生産世代を県内に招くことが経済の活性化に大きく貢献する。
ものづくり産業	日本一創業しやすい県を目指すという取組は若者にとって魅力ある内容なので、もっと全国的にPRしたほうが良い。
ものづくり産業	一人ひとりが自分自身で起業をし、生計を立てていくことができる県になればいい。

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
ものづくり産業	長野県は、元気な高齢者がたくさんいることが特長。高齢者にさらに活躍してもらうため、県として、働く意欲のある高齢者のための会社や組織の設立を支援する必要がある。これにより、高齢者の知識や技術を、若い世代へ継承する機会が増えるというメリットがある。
ものづくり産業	産業振興で財源を確保し、力をつける。
ものづくり産業	国に頼らない長野県だけで成り立つ強い経済をつくる。
ものづくり産業	持続的に発展・成長するよう、産業の振興を行う。
ものづくり産業	県内産業の活性化により、県民がいきいきと暮らせる長野県を望む。
ものづくり産業	自然の多さを活かし、かつ、人口減少社会の中で産業を発展させていく。
ものづくり産業	企業誘致に力を入れている自治体は多数あるが、最近では、誘致した企業が数年で撤退したという話をよく聞く。県内から企業を創出し、地域を活性化したい。
ものづくり産業	県内事業所の99%を占める中小企業の発展・発達が、長野県経済の発展につながる。
ものづくり産業	現在海外進出している企業に県が工業団地として土地を提供し、働く場所を確保する必要がある。
ものづくり産業	基幹産業である製造業は県内で多くの雇用を生み出し、多くの県民の生活を支えているが、中小企業は独自の研究機関・施設・機器を持たず、新たな技術・製品開発が難しいため、今後も県が後押しをすることが必要
ものづくり産業	中学・高校の早い段階からソフトウェア技術者の育成に力を入れて、コンピューターに強い県民を生み出す。
ものづくり産業	技能五輪等に力を入れ、物を作る若者の育成や、高度な技術の継承を大事にしたい。
観光	「おもてなし」による信州ホスピタリティの推進
観光	ユニバーサルデザインによる公共交通機関や道路案内などにおけるサインの国際化
観光	「信州パワースポット」(分杭峠・戸隠神社・横谷温泉・諏訪大社・赤沢自然休養林など)へアクセスする道路や案内版の整備、パーク&パスライドの運行
観光	国際観光化(東アジアのスノー・山岳地域によるグリーンリゾート)へのハード・ソフト両面の充実
観光	何か一つ、ここだけは他の都道府県には負けない部分を作ることが重要であり、それこそが観光である。
観光	観光は、行きにくかったり、行ける機会が少ない方が消費が増える。そういう観光資源を開発できれば良い。
観光	旅行の計画を立てるときに、候補地として「長野県」が出てくることが重要
観光	長野県を観光地として育成することで、他県・世界の人々に長野県を知ってもらう機会が増え、観光客の消費活動による長野県経済の活性化がもたらされ、活気溢れる長野県になる。
観光	離れていった観光客を引き戻すため、歴史的な名所や自然豊かな地域の活性化を推進したい。歴史的な建物だけでなく、地域全体が観光名所としての意識を持たれば、よりよい観光地となる。
観光	雇用状況を改善するために、観光業の活性化を図ることが大切
観光	観光業に力を入れて県経済を活性化することにより、若者等の雇用確保とより多くの税収を実現する。
観光	観光大県としての位置づけを確立して経済効果を発揮できるような仕組みづくりこそが、長野県の長期的な発展に不可欠。観光者に「観光税」、登山者に「入山税」を導入してはどうか。
観光	豊かな自然を守った上で、観光業へつなぐことができるよう目指していく。

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
観光	豊かな自然という他県にはない財産を生かした観光アピールや林業等に力を入れれば更に魅力ある県になる。
観光	県民が当たり前だと思っている山の魅力を改めて伝え、自然を守りながら人を呼んでいけばいい。
観光	自然を生かした観光について、若者が楽しめるものはウインタースポーツぐらいしかないため、高齢者だけでなく若者の心を引き付ける工夫が必要
観光	自然環境を基にしたレジャー・余暇県を、日本人だけでなく、外国人にも広くPRし、外部からの人の流れが活発になる県を望む。
観光	大都市圏に近い立地条件であるため、都会の人々を呼び込めるとされる。自然の豊かさは長野県の魅力であり、宣伝の強化を図ることで、長野県が都会の人々の癒しの場となることを願う。
観光	人々を暖かく迎えられる心を多くの人が持ち、他県、他国から人を呼び込むことができるような長野県にしていきたい。
観光	観光サービスに対する満足度を50%以上にする。
観光	観光地が満足度を高める活動をより積極的に行える環境づくりが必要。観光客数・満足度等を点数化し、それに応じて金銭支援等をすることが考えられる。
観光	県民自身が長野県の魅力を再認識することで、観光資源も人も輝ける。新しく作るのではなく、今あるものや伝統を活用・再発掘する意識が必要
観光	県民の皆様が、長野県のことを好きになりその魅力をアピールできるような県にしてもらいたい。
観光	長野県に住む人が長野の魅力について知り、それを他人に伝えられる能力を身につける。
観光	ホスピタリティの心を養うには、自分の住む土地を知り、好きになることが重要。特に、土地の風習や景勝に詳しい高齢者との協働は、若い世代が郷土に対する誇りと愛着を持つためには欠かせない。高齢者が元気な県だからこそできる観光を提案したい。
観光	観光地では、国外からの観光客向けに英語や中国語で書かれた看板が少なく不親切。国外からの観光客の目線で観光地を巡って問題点を見つけたり、新しく観光に使えるような物などを発見してみてもどうか。
観光	海外から来た人のためのインフォメーションセンターを設置するなど、海外、特に中国の方々が来やすい環境をつくる。
観光	外国人観光客のために、外国語の看板を増したり、外国人向けツアーを組む。
観光	特に外国人にスポットをあて、道なども外国人に分かりやすいつくりにしていく。
観光	独自の自然環境や文化を守りながら、そのような魅力や特性を加工して受け入れやすい形にすることが重要
観光	観光地を整備して他県にアピールした方がいい。
観光	観光地に色々な商業施設を増やせば、若者から高齢者、外国人まで観光客の層が増え、観光地の地域が活性化されるのではないかな。
観光	幅広い世代の方に「行ってみたい」と思ってもらえるような観光施設があれば、その地域の活性化にもつながる。
観光	海外から観光客に来てもらったり、リピーターになってもらうには、既存の観光資源に加え、思わず行ってみたくなるような新たな目玉の開発が欠かせない。長野県のブランドイメージを確立し、うまく売り込むことが重要
観光	観光資源を資源のまま扱うのではなく、ビジネスとして、よりお金を使ってもらうにはどうすれば良いかという視点が大切。観光資源を魅せる・楽しませる積極的・商業的な観光スポットを作るため、専門家やアドバイザーによる説明会や経営に関するノウハウ指導を行う。
観光	登山観光者の事故など自然で起こり得るアクシデントにもしっかりと備え、観光客が安心して訪れられるようにして欲しい。
観光	観光面では、交通網などのインフラ整備がまだまだ必要
観光	観光客向けのぐるりん号(観光地を回る)があれば良い。

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
観光	スキー場の設備の見直し、合理化を図り、魅力ある設備、値段を実現する。
観光	北海道に負けない良質の雪を誇るスキー場が多数あり、古き良き日本の風景もある長野県は、海外の旅行者を喜ばせる魅力が十分にある。
観光	観光産業を中心とした海外客誘致戦略
観光	広大な面積を有し、各地に観光地が点在する長野県において、短時間で多くの観光地を大人数で巡る、従来型のマス・ツーリズムはそぐわない。温泉や豊かな景観地を活かした滞在型観光を推進すべき。
観光	各地域が観光資源を持っている点を活かせば、何度も長野県に足を運んでもらえたり、1泊2日の観光だけでなく2泊3日以上長期滞在型の観光をしてもらえる可能性がある。
観光	北陸新幹線が開通すれば、首都圏から北陸・関西へ観光客が流れることも考えられるので、長野県の見所を広域的にアピールし、日帰り観光は勿体ない県であることをPRすることが大切。他県との連携PRも考えられる。
観光	観光客が見て楽しむだけでなく、実際に体験して楽しむ観光を行うべき。
観光	長野県の自然を求めて都心部から来る観光客が自然をより身近に感じられるよう工夫することや、民間のツアー会社等に長野県を売り込むことなど、長野県の特徴を活かした取組が必要
観光	自然の多い長野県の特長を生かして、自然の景色を楽しむ・体で感じるといった観光事業をする必要がある。グリーンツーリズム・山村留学・農業体験などを盛んに行うのも有効
観光	長期滞在型の観光スタイルを提案し、長期間を通して豊かな自然や県民の温かさ等、長野県の魅力を知ってもらうことがよい。農家離れが深刻化しているため、農業体験はとて良い観光スタイルになる。
観光	地域固有の環境資源が豊富なので、その魅力を体験してもらう。
観光	ターゲットとする世代を高齢者に絞ってPR活動を行えば、人口に占める割合が多く時間的・経済的に余裕がある世代であるため、より多くの集客が見込まれる。
観光	外国人や県外高齢者の方々にもっと旅行に来てもらい、県内各地の産業を活性化させる。
観光	他県、海外というイメージを取り除き、県内の居住者をターゲットとした取組を行ってみたいかがか。
観光	長野県民がそれぞれの地域の良さを認識できるようなPRと、気軽にいろいろな地域を回れる交通網の確立をして欲しい。
観光	冬季スポーツ等への外国人観光客が増えることは、活気あふれる県への第一歩になる。
観光	雪を見たことのないアジアの成長国の人達をターゲットにして長野県に来てもらい、観光産業を活性化させる。
観光	アジアを中心に増えている外国人観光者にもっと長野県で観光してもらうためのPR活動が大切
観光	英語版・韓国語版のパンフレット・Twitterでの発信・道案内、観光客へのアンケートの実施
観光	多くの外国人観光客に宿泊してもらうよう、現在外国人に人気のスポット以外にも、外国人の興味を惹くスポットを組み合わせたプランを考えて宣伝すべき。
観光	これからは海外、特に経済成長著しい中国・インドなどの新興国を中心に観光客を増やすことにより長野県の観光収入を増やす必要があるため、海外に対して長野県の魅力をPRする。
観光	観光消費額が減少している中で外国人宿泊者数は増加傾向にあるため、外国人をターゲットに観光を強化する。中国・韓国向け、オーストラリア向け、欧米向けというようにターゲットを定めれば効果的
観光	高齢者に加え、海外からの観光客も呼び込む必要がある。外国人の目線で取組を行い、日本一外国人観光客が快適に過ごせる県を目指して欲しい。
観光	東京・名古屋など大都市圏との交通アクセスが良いため、リピーターとして何度も長野県を訪れてもらい、いろいろな場所へ来てもらう取組が必要。毎年長野へ来てもらう習慣ができ、それが次世代に受け継がれていくことで、将来に渡る信州ブランドの確立につながる。
観光	交通アクセスの向上により、訪れやすさ・手軽さをアピールしたい。PRイベントや地域ブランドの確立により、それを求めて訪れる人の数を増やしたい。また、市町村交流・海外交流を積極的に行いたい。

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
観光	リニア中央新幹線を使って南信地域に観光客が訪れ、南信全体を盛り上げられれば良い。
観光	豊かな自然・歴史的建造物・空港等の資産を活かし、今後はアジア圏の外国人観光客の誘致が大きな鍵を握る。高所得の客の消費欲求に答えられる企業・施設をどれだけ充実させられるかが、観光業の大きな勝負所
観光	自然や大都市からの近さなど、長野県の良さを最大限に生かしたい。
観光	長野県の特徴を生かした施策を行うことで、観光客の消費を刺激したり、移住する人が増えたりするのではないかな。
観光	企業の研修を、県内の自然が豊かなところで引き受ける。
観光	県内外の市町村と連携した観光振興
観光	1つ1つの観光資源の土台を確立した上で、より広域的な観光スポットを形成し、将来的には近隣の自治体と協力して大きな観光の輪を作り、世界から観光客を呼べる魅力的な観光スポットになるようバックアップする。
観光	観光地間の交通の整備や、各観光地での自然と文化遺産一体型のキャンペーンなど行えば良い。
観光	鉄道会社・航空会社・旅行会社等、多方面のインフラ企業と組み、大々的な「NAGANO」キャンペーンを繰り広げる。また、「憧れのライフスタイルin長野」を確立し、知事のトップセールスでどんどん長野を売り込む。
観光	「県内小中学生の県内1泊2日の旅」「姉妹都市交流子どもツアー」を実施する。子どもが帰宅して両親に様子を伝えれば、波及効果がある。
観光	県内及び県外から人々が訪れるように、魅力あるツアーの企画、PRをする。
観光	冬に旅行パックとして様々なツアーを作ったり、外国人観光客向けの県内パンフレットの作成に力を入れたりすればどうか。
観光	新幹線で長野へ来て、観光ルートをバスで巡り、湯田中や野沢温泉で泊まり、飯山駅でまた新幹線に乗るというようなプランができればいい。
観光	フィルムコミッション(映画・ドラマの誘致)を行い、長野県の美しい自然を全国に発信する。これにより、広く長野県の魅力を知ってもらえるだけでなく、県民も誇りに感じ、より自然保護へ意識が向かう。
観光	長野県はオリンピック開催都市でありながら海外での認知度が低く、PR不足の感がある。インターネットを利用したPRの余地が多分にある。
観光	長野の魅力を全国にもう一度アピール
観光	観光立県長野をPR
観光	長野県特有の様々な食文化や行事、豊かな自然をもっと積極的に情報発信し、観光や就業に来て頂けるようにする。
観光	長野県の発信力を高めるため、SNS専門の部署から情報の発信・受信を行う。県が旬の観光スポットを発信し、実際に行った方に感想や見どころを投稿してもらえばよい。
観光	県の特産物等の魅力をアピールするよう、駅や駅周辺に看板等を設置する。特に南信はリニア中央新幹線の開通で人を呼び込める可能性があるため、どんどんアピールするべき。
観光	県内には全国的に有名な観光地がいくつかあるが、まだまだ知られていない名所も多い。そういった情報を広げることで観光産業が潤い、長野県に転入したいと思う人も増える。
観光	各地域の祭りを宣伝したり山里体験を行うなど、長野県魅力を全国にアピールすることで、観光客を増やす努力をするべき。
観光	年間イベントカレンダーを作成して、時刻表などに掲載したり、メディアを通じて周知する。
観光	豊かな自然と文化など長野県は多くの魅力にあふれ、首都圏からの交通アクセスの良さもあり、観光PRをするために必要な条件が揃っている。
観光	観光にSNSを使用する場合、対象者によってSNSを使い分ける等の工夫をする。国内の若者ならmixiやGree、海外の観光客にはfacebook等

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
観光	新市場で一度ある程度の地位を獲得できれば、比較的長くその地位を占め続けることができるので、長野県観光の発信力の強化が必要
観光	観光分野でも震災により大きな打撃があったので、また多くの方に来て頂けるよう、安全のアピールが必要
観光	「アルクマ」のような長野県をPRするキャラクターがいると良い。
観光	今までのアピールに加えて、長野のご当地アイドルが観光ガイドをしてくれるサービスなど新しいアピールの仕方をすれば、注目度が増すのではないかと。
観光	長野県の自然環境の現状について、国内外に積極的に広報する場を設ける。TVを利用した広報活動や、有名人を観光大使等にして県の自然をPRしてもらうのが有効
観光	都市部で花めぐりバスツアー・いちご狩り・農産物直売所等の人気が高まっているため、今一度「全県的な観光マップ」を作成し、宣伝を強化すべき。
農業	雇用状況を改善するために、後継者不足等で衰退している農林水産業の活性化を図ることが大切
農業	長野県が有する農地・森林等の自然を活かした産業を育成することが必要
農業	野菜、果物、花卉と多くの園芸生産をしているが、将来的にも今よりずっと農業県であって欲しい。
農業	農畜産業の低下傾向をストップさせ、上昇傾向に持っていけるように県がバックアップすることは、今後の長野県の大きな財産になる。
農業	長野県独自のニッチ産業(すき間産業)を開発し、規模ではなく付加価値で戦える分野の確立が必要。ブランド農林水産物の育成も必要
農業	冷涼な気候や森林が多く、水源にも恵まれていることは、例えば水わさびのように特徴的な農業ができることを示している。
農業	標高の高い地域では日中と夜間の寒暖差があるため、この地形効果を最大限に利用できる農産物を生産する。また、加工まで手がけて6次産業化することで、製造・流通・加工・販売と様々な産業に良い影響を与える。
農業	既存の体制を維持した場合、農業の衰退は避けられないという危機感を強く認識し、慣例にとらわれず、大きく変化する社会情勢に合わせて最適な支援を実施することが必要
農業	新規就農者や高齢者・女性が取り組みやすい環境が整備され、農家が儲けられるような魅力的な農業を行う、日本一の農業県にする。
農業	農業が一つの生業になるように収入を得る機会を増やすことが必要
農業	酪農も行い、副業として野菜栽培や工場に勤めるなどの兼業化を進めていく。
農業	農業に携わる人の経済的安定・人材の確保が必要。TPPへの参加を考慮して長期的に見れば、県内・国内の食料を確保するためにも経済的支援は重要
農業	所得の問題の改善や農業用機械による事故防止を積極的に進め、農家を大切にできる県にしたい。
農業	広大な大地を十分に生かした大規模農業事業、あるいはその補助を行う。
農業	遊休農地について、支援金の給付など革新的な方法を用いないと衰退は止められない。農業にもっと企業経営的な手法が採り入れられるよう、行政が後押しする必要がある。
農業	農業法人の設立を援助し、集団で農業を経営することを後押しする。皆で意見を出し合うことで、より良い農業経営の方法を考えやすくなり、収入が増え、後継者問題も解決する。
農業	農業の経営者を育て、地域の産業として雇用を生み、持続可能な農業とすることが必要
農業	農業の強化・若者の雇用確保のため、若者が参加できるような会社形式の農業等のモデル事業が必要
農業	高齢化により農業従事者が減少しているが、農業を熟知している民間企業・NPOと共同した広報を行い、農業を始めるきっかけとして、もっと農業の良さを知ってもらうことが必要

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
農業	栽培農家に弟子入りできる体制を整えるなど、資金や技術の援助以外の部分でも新規就農者を支援する取組が必要
農業	農林業等をやりたい人への助成や技術的支援に力を入れ、多くの人が長野で農林業等に挑戦していける環境をつくる。
農業	後継者不足に対し、生産委譲を希望する農家の把握と非農家の新規参入支援を行い、生産現場の若返りを推進する。
農業	若手農家への積極的な支援、後継者育成事業、新規就農者への支援等が必要
農業	地域の担い手として若い農業者を広く呼び込むため、農業が就職先の1つとして考えられる産業であることをPRし、保障を強化する必要がある。
農業	農業へのIターン・Uターンを促進することで、違う地域から来た人の意見や見方を取り入れることができる。
農業	自己所有の田畑で家族・親戚が食べるに十分な量の食物を栽培するスタイルは、伝統的な日本文化の一つであり、世界に発信すべき。
農業	農業・農村社会が残っている長野県から、社会のあり方を変えていく必要がある。「農」を中心とした社会の形成に必要な小規模農家・自給的農家の担い手を増やすため、積極的な土地のあっせん・簡易直売所等の増設・技術指導体制の強化が必要
農業	山間地の中小農家が末永くいきいきと農業に従事できるような仕組みづくりを期待する。
農業	長寿県である長野県において、農業は高齢者と若者をつなぐ架け橋となり得るし、農業を通じて伝統や文化が引き継がれる。
農業	退職後の高齢者に農業を教える役割を与えれば、高齢者の生きがいになり得る。
農業	中山間地の農業を守ること、また、若年人口と高齢者の交流を図ることが、長野県の持続的な発展につながる。
農業	全国1位である高齢者就業率に焦点を当て、就業者たちが楽しくコミュニケーションを図りつつ販売も行える場を作ることで、介護予防を図ることが必要
農業	日本の農業と文化を守る食料自給権・食料主権の主張
農業	大規模農地を造成し食料の自給率向上を図る。
農業	米粉産業の活性化
農業	食料自給率を向上させる。
農業	食料自給率を上げ地産地消100%を目指す。
農業	災害時でも供給が途絶えないような県内の農産物の流通ルートの確立
農業	農産物の地産地消をより一層進めれば内需の拡大につながる。
農業	農業が盛んであるという素晴らしい特色を生かし、地産地消や食育を推進する。
農業	長野ならではの食材を活かした食文化グルメを提案し、食文化ビジネスとして全世界に向けてアピールすれば、健康長寿食文化ライフスタイルとして人気を博すと思われる。
農業	県の農業の発展のために必要な取組は、情報発信力の強化。品質の高さや独自性は他県より優れたものが多いため、知名度の向上を図ることは、農業産出額の増加に有効
農業	りんごの味は長野県が日本一といっても過言ではなく、品種も揃っているが、対外的なPRが不足している。消費者に知ってもらうことが先決
農業	長野県産の美味しい物市を開催して、きのこ、おやきを広め、長野県産りんごを全国1位へ。

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
農業	農業の将来に希望を持てるよう、販路の拡大や安全な野菜のアピール、新規就農者の拡大に取り組む。
農業	ほとんどの個人農家はブランドによるPR手段を持たず、農産物の産地について、市町村ではなく県単位のイメージを持つ消費者が多いため、県として農産物・産地のPRを行うことは非常に有効。産地の風景等を絡めてPRし、観光につながる試みをより一層推進すべき。
農業	TPPが日本でも避けられなくなってきたので、質の高い長野県の農産物をブランドとして世界に売り出す。
農業	長野県ブランドなど付加価値を高め、一方では低コスト栽培・省力化などにより農業生産力を高める必要がある。
農業	伝統野菜の発掘とブランドの確立や、県内外への積極的発信と販売の強化が必要
農業	顧客を増やすためには、長野県のオリジナル品種を知らない人に食べておいしいと提供いただくことが重要
農業	信州サーモン・信州プレミアム牛肉等の食品は、味や質が良くても知名度が低くは意味がない。例えばB1グランプリに参加すれば、メディアに取り上げられる可能性がある。
農業	長野の農作物にはたくさんのブランド品種があるが、県民に知られていないものが多数ある。県外に長野の農作物を広めると同時に県民にも紹介し、地元に住む人で食べることが大切
農業	信州黄金シャモは身近になく、県内の人にもほとんど知られていない。飼育コストが高く一般に流通しない事情はあるが、予約共同購入システムを持つ生活クラブ等の団体に売り込んでみてはどうか。全国への売り出しが成功すれば県内への観光客も増え、それによる経済効果が生まれるのではないかと。
農業	信州黄金シャモや信州プレミアム牛肉などのブランド畜産物の知名度を上げ、生産を促進していきたい。
農業	全国どこに行っても、長野県産ブランドの農産物は人気で知名度が高く、安心安全でおいしいという感想を聞くことができる。
農業	農商工連携による6次産業化を通じた特産品づくりに取り組むことで、農業製品の価値が高まり、他産業の活性化・雇用拡大にもつながる。
農業	‘from farm to table’ の概念を大切に、生産段階から食卓へ行くまでの食品衛生を十分に管理しなければならない。また、6次産業化を積極的に進めるべき。
農業	担い手の育成や農業とレストランを結ぶことなどにより、農業を活性化させる。
林業・木材産業	広葉樹と針葉樹のバランスの見直しや、間伐を行う担い手の育成など、多角・総合的に森林政策を行う。
林業・木材産業	林業に力を入れる自然が美しい長野
林業・木材産業	森林を保全しさらに豊かなものにするには、林業がビジネスとして成り立ち、十分な資金が流れる仕組みを作らなければならない。そのためには、木造建築・商取引・行政等に精通したコーディネーターが必要
林業・木材産業	「公共建築物・公共土木工事等における県産材利用方針」による木材利用の推進
林業・木材産業	信州の木の良さを知ってもらい、信州の木を利用した住宅を普及させる。
林業・木材産業	市場や消費者が求める木材を作り、県産材をブランド化すべき。建材・エネルギー源として数十年先に使う良い木を多く育て、一次・二次・三次産業へとつなげて欲しい。
林業・木材産業	樹木から木質バイオマスエネルギーを得て、エネルギーの自給自足を目指す。
建設業	官民協働による地域産業の基盤強化、地域を支える建設業との協働
建設業	緊急時の災害対応・冬期間の除雪など地域の住民の暮らしに不可欠な建設産業と恒常的に協働しあえる体制の構築
建設業	低炭素社会の構築へ向けた公共工事の推進
建設業	環境配慮指針の遵守の徹底とフォローアップ

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
建設業	建設リサイクルの推進、ゼロエミッション事業の推進
建設業	事業価値を高める工夫。限られた予算の中で、最大の効果を発揮するためには公共事業の価値を高める工夫が必要
建設業	在勤地内契約の採用。見積合わせ、入札時の落札の第一条件を在勤地内半径8km以内の業者に限る。
建設業	公共事業を進めるにあたってのPI(Public Involvement)の推進あるいはステークホルダーへのアカウントビリティの推進
建設業	公共事業着手に当たっての第三者機関からの意見聴取の検討
建設業	安さを求めると、企業は人件費の削減に動いてしまうので、入札という面だけを重視するのではなく、全体をみる視点も大事
商業・サービス業	買い物弱者を救済するため、食品販売カーを増やし、山間地に暮らす高齢者を支援
商業・サービス業	買い物弱者を救済するため、スーパーや役所等への送迎を地域の実情にあわせて支援
商業・サービス業	商店街を活気づけるため、住民が通いたくなるような商店街を各地域で作し、支援するべき。
商業・サービス業	駐車スペースが確保されていて、商業施設を歩いて回れると、県内外の人が利用しやすい。
商業・サービス業	軽井沢ショッピングモールのような若者をターゲットとしたレジャー施設の開発に取り組んで欲しい。
商業・サービス業	大学が立地する地区に、若者のコミュニケーションの場・気軽に入れる施設を設置し、外国人やおひとりさま(女性)が気兼ねなく楽しめる環境を作る。
商業・サービス業	買い物弱者対策として、地域への店舗の誘致、乗り合いタクシー(バス)、商店の出張販売等が考えられる。特に、乗り合いタクシーはコミュニケーションの場ともなり、孤独死問題等の解決の糸口になり得る。
商業・サービス業	民間の店と連携して移動販売車を運行するなど、一人暮らしの高齢者でも住みやすい環境づくりが大切
商業・サービス業	金銭的・物質的・文化的・精神的な豊かさを実現するには、県内産業の振興と雇用対策が必要であり、製造業だけでなく、高付加価値を生む金融業・情報関連産業等の育成・誘致・創業促進が急務
商業・サービス業	長野県の強みである健康長寿を産業に活用し、健康増進につながる生涯学習サービス等、高い付加価値の付いた商品を生み出すことができるのではないかと。ここで特に重要なのは、健康長寿県のイメージ
商業・サービス業	豊富な自然資源を生かし、趣味やライフワークに関する産業育成を行う。誘客促進・雇用創出に加え、創業条件を優遇する代わりに自然環境保護等の役割を担ってもらうこともできる。
ブランド	県内の人でも県外の人でも、「長野県といえば〇〇」というものが浮かぶとしたら、力強さにつながる。
ブランド	新規旅行者を獲得するためには、「長野県と言えばコレ！」という明確なイメージ作りを行い、それをもとに積極的なPRを行う必要がある。
ブランド	県内の魅力の発掘、開発をし、長野県ブランドを確立する。
ブランド	県外者が多い県内の大学などに、観光者の視点に立ってもらって信州の魅力を伺ってみる。
ブランド	旅行者・県外出身者の声を聞き、県民が長野県の良い所・珍しい所に気付き、それを誇りに思えるような教育・広報をすべき。
ブランド	「長野ファン」を増やし、観光客、人口増へ。
ブランド	子どもが信州に慣れ親しむことのできる体験のようなものを企画して、子どもの頃からの信州ファンを増やせると良い。
ブランド	長野県に対する安心感・信頼・ブランド力が確立され、広く認識されるようになって欲しい。長野県民が県民であることに誇りと自信を持ち、あらゆる選択の場面で長野県が思い浮かべられることが理想

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
ブランド	信州のブランド力の向上
ブランド	長野県がどんな県か、何か有名か、知らない人もまだまだたくさんいる。
ブランド	長野県の豊かな自然環境は、自然景観を目的とした観光や自然を守る活動を通じて多くの方に来てもらえるアピールポイントになる。
ブランド	各地域にある独自の文化を自然環境保護の取組に取り入れて、「長野ブランド」として県外にも発表し、自然環境との共生という面で、魅力的な長野県をアピールできたらいい。
ブランド	豊かな自然環境は変化の時代にあってもゆるぎないものであり、信州のイメージを一番よく表している。この自然環境が、健康長寿・伝統・産業に寄与し、全国・全世界からの観光客誘致に貢献している。
ブランド	我が国の原風景とも言える美しい田舎の景観・北アルプスの山々に代表される豊かな環境資源等の特性を活用した取組により、より個性的な県づくりを行うことができ、県全体のイメージアップにもつながる。
ブランド	「人が良い」というのが長野県の特徴。「温かさ」をアピールしていきたい。
ブランド	長野県を「健康・長寿・癒し」というイメージで固め、アピールしていく必要がある。
ブランド	「健康」「長寿」というキーワードからは県の豊かさを感じさせ、安心して暮らせる街並みが想像できるため、県のイメージアップにつながる。
ブランド	「健康長寿県」長野県を海外にアピールすることで、「国際観光県」の確立を図りたい。そのためには、県内に居住する外国人の協力が必要
ブランド	長野県のイメージ作りを行う際、「健康長寿」を旗印にPRを行えばどうか。
ブランド	信州の文化から新しい価値観を発信する。地方ならではの衣食住やライフスタイル、文化のこだわりを外に発信し、ブランド化したい。
ブランド	「極楽信州」「天国に一番近い県」等、自然や文化と共生しながら老後や子育てに適した環境があるというイメージ・ブランドの確立が必要
ブランド	軽井沢のように信州での暮らしを対外的にブランド化することを目標に、長野県の魅力を発信し、県外の人に発見してもらう取組が必要
ブランド	製造業、農業、林業などの長野県ブランドの確立に、今まで以上に力を入れる。
ブランド	長野県の特徴ある産業を、いかにして全国、世界へ発信していくかを考えていって欲しい。
ブランド	長野県には全国の求めるものがあり、誇れるものがある。そのことをもっとアピールできればいい。
ブランド	国内外に長野県の魅力をアピールして人を呼び込む「情報発信力」の向上が大切。自分の周りの人たちに県政に興味を持ってもらえるように、県の取組を伝える必要がある。
ブランド	県民の技術・長野県の良い場所を県民や全国の人にPRし、その効果で長野県を活性化させる。
ブランド	特色ある自然環境に恵まれ、有形無形の多様な文化が息づいているが、このような魅力は実際に来てもらわないと伝わりにくい。興味を持ってもらうため、発信に一工夫が必要。分かりやすいパンフレットの作成・知事が番組に出演する等の工夫が、今後ますます必要
ブランド	激化する地域ブランドの中で発信力が弱くならないよう、県としての魅力・セールスポイントを絞り、県内全体が一丸となって長野県ブランドを作ることが、今後の大きな課題
ブランド	地域ブランドづくりやアピールは、伝統文化の良い部分を活かしつつ、住民が地域で静かに暮らし続けるための手段であるべき。日常生活に影響が出たり、伝統が不自然に変わってしまうことは望ましくない。
ブランド	市町村や地域住民と協力しながら地域に眠っている文化資源を見出し、それを県外にアピールする必要がある。
ブランド	県民が地元の魅力を再発見・再認識し続けることで、長野県での生活に愛着が沸き、長野県での生活に付加価値がつく。
ブランド	各地域と協力し、様々な視点から地域ブランドの創出を推進するべき。また、県内を舞台としたメディア事業を積極的に誘致し、継続的に県のイメージアップを図ることも重要

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
ブランド	県民が長野県の良さを周囲に発信できるよう、県民自身が長野県の良さを熟知する必要があり、県職員はそのサポートをする役割を担うべき。
ブランド	自分の住んでいる市のことだけでも、県民が知っている長野県にしたい。
ブランド	県で地域ブランド(三流・B級グルメ)をいくつかつくる。
ブランド	「健康長寿県」として長野県の伝統食の良さを発信し、世界中に広める。米国で日本食が注目されているように、長野県の「食」を売り出すことができるはずである。
ブランド	野菜から畜産物、加工品からB級グルメまで、もっと幅広く県外で「食」のPRをして欲しい。
雇用・労働環境	勤勉な県民性を活用すれば、県民所得が上がり県民の生活が豊かになり、県の税収も改善するのではないかな。
雇用・労働環境	65歳以上でも元気な人はいくらでもいるので、働ける人には働いてもらい、労働力不足を解消し、福祉サービスの受け手から提供者になってもらう。
雇用・労働環境	高齢者就業率全国第1位を維持することで、長年培ってきた技術を若年層へ伝えたり、世代を越えて社会とのつながりを作ることができる。また、高齢者が子育てに参加する環境を整えることも有効
雇用・労働環境	長野県は雇用率が高いが、今ひとつ認知されていない。雇用に力を注いでいることをもっとアピールすることが必要
雇用・労働環境	雇用対策は、全ての世代・性別が恩恵を受けられなければ意味がない。県として、高齢者・女性・障害者を積極的に雇用するよう、事業者に働きかけることが大事
雇用・労働環境	雇用に関しては、若い世代だけでなく、全ての世代に向けた対策を講ずる必要がある。
雇用・労働環境	定住するには、そこに仕事が必要。雇用を増大させるためにも、様々な産業の振興が必要
雇用・労働環境	体力があり、仕事以外にもやりたいことが多い若者に安定した仕事と収入があれば、需要に消費がかみ合って経済成長が見込める。
雇用・労働環境	若い年代の労働者を確保できるように、産業の充実と魅力的な県づくりを目指す。
雇用・労働環境	県内に住む若者が望めば職に就くことができ、県内で生活を送りたいと考えている人が望みどおり県内で生活できるようにしたい。
雇用・労働環境	大規模な農場や工場を造り、高齢者に一緒に働いてもらうなど、高齢者の生きる支えになるような仕事や趣味を提案していくことを県の仕事として位置づける。
雇用・労働環境	電子システムは作業が簡単・迅速にできる利点があるため、高齢者でも簡単に使えるようになれば、社会で活躍できる場が広がる。
雇用・労働環境	長野県では、高度な技術者・専門職等の求人が極めて乏しい。
雇用・労働環境	新卒で就職活動に失敗した人・勤めていた会社が倒産して働く場所がない人に、やりがいを持てる仕事を紹介するべき。
雇用・労働環境	長野県では若者無就業者をサポートする取組が行われているが、NPO等と協働し、高齢者と同様に、若者一人一人に対するきめ細かな対応を行うことが必要
雇用・労働環境	学生・企業・行政が共同し、自分に合った仕事を学生時代に見つけられる制度を構築することが、学生には就職活動の負担軽減になり、企業には長期的視点に立った採用活動が可能となる。大学2年終了時をインターンシップの期間と位置づけ、1年間企業で働くことで、ミスマッチを防ぎ、自身の適正を理解することができる。専門的な学業を始める前に企業の求める能力を理解するメリットは大きい。
雇用・労働環境	企業がインターンシップを受け入れる際、育児している従業員を学生の教育担当者とするなど、職場環境を理解してもらうようにしてはどうか。
雇用・労働環境	大学進学で県外に出た学生が、再び長野に戻って働きやすい環境の整備が進むと良い。
雇用・労働環境	進学のために県外に転出した人たちが帰ってこられるよう、雇用を確保することが大切。そのために、大企業のみでなく中小企業の経営を安定させることが必要
雇用・労働環境	進学のために県外に転出した若者に県内企業に就職してもらえるような取組が必要

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
雇用・労働環境	進学で県外に出た人が再び長野県に戻ってきて就職し、また県内の学生がそのまま就職して長野県で生活すれば、長野県の社会に新しい力が吹き込まれるのでとても大切
雇用・労働環境	若者が将来の計画を立てるためには雇用が大切。学業等の理由で県外転出する若者も、学んだ知識を活かせる雇用があれば、再び戻ってくる。
雇用・労働環境	大学生など若い人が長野県に集まり定住するには、長野県に魅力的な雇用があることが必須
雇用・労働環境	若い世代の転出を減らすには、新規採用を含む労働環境の整備が必要。Uターン・Jターンが増えるよう、宣伝や企業への依頼、雇用に関する窓口の拡大等を行う。
雇用・労働環境	Uターンの主な障害は、時間・距離・金銭。これらを少しでも軽減できるよう、企業の合同説明会へのシャトルバスの運行や、県内の観光情報を広告する際に関連企業の情報も提供するなど、県外に転出した若年層の就職活動をサポートする事業を行う。
雇用・労働環境	県外に出た若者を呼び戻すため、首都圏の大学等での長野県企業のPRや、気軽に相談・面接練習できる場所を作る等が有効
雇用・労働環境	県内の有力な中小企業をPRすることが必要。マイナビ・リクナビに登録されておらず知られていない小規模企業と若者の間を取り持つ必要がある。
雇用・労働環境	若者が地元に残るように、さまざまな補助や県をあげての就職サポートを行う。
雇用・労働環境	県の「医学生修学資金」制度を応用し、理工系の学生のUターン就職を促す。企業への支援策として、新規採用人数等に応じて事業税を減免する。
雇用・労働環境	退職した後も働く意志がある方には、再任用できる機会をより多く与え、現役時代に近い給与を支給し、老後も働ける機会を設ける。
雇用・労働環境	県内各企業に働きかけ、希望する高齢者の雇用継続を奨励し、給付金を支給するなどの支援を積極的に行うべき。
雇用・労働環境	年金の受給年齢が上昇しているため、高齢者には働きたいという意欲があるはず。県内企業が65歳以上の人を雇用するとメリットがある施策(補助金等)を行えば、自然と働き手は増える。
雇用・労働環境	シルバー人材センターの事業をサポートすることで高齢者の労働力を活かし、社会と積極的に関わることができるようにする。
雇用・労働環境	仕事をしていても子どもを産み育てられる、一度仕事を辞めても社会復帰しやすい社会づくりを進めなければならない。働く場所の確保も必要
雇用・労働環境	女性が働きながら子育てができる社会を目指す。
雇用・労働環境	県が企業に積極的に呼びかけることで、女性が職場で育休・産休を取りやすい環境ができる。各市町村と協力して子育てに関する相談窓口を設けたり、子育てをしている女性どうしが交流できる場を提供することも有効
雇用・労働環境	共働きを前提とした子育て支援制度を推進し、産休が取りやすく、産後に社会復帰しやすい社会にするとともに、教育の強化により次の時代を担う人材を育成する。
雇用・労働環境	男性も女性も産休・育休が取りやすい環境を整えることが必要
雇用・労働環境	育児で仕事をリタイアした人へ幅広い支援を行う。
雇用・労働環境	子育てを決して母親任せにせず、父親も積極的に育児に参加できるよう、育児休暇取得の推進を行って頂きたい。
雇用・労働環境	子育てを支える環境づくりを強化し、20年後には男性の30%が育児休暇を取得するくらいの環境・男女共同参画社会ができていることを望む。
雇用・労働環境	県は、会社に保育園を設ける等の子育て支援をしている企業を積極的に表彰するなど、企業が子育て支援を行うようにインセンティブを与えるべき。
雇用・労働環境	少子化に歯止めをかけるために、母親の育児休暇や雇用の確保、育児に関する支援金など、子供を産み育てやすい環境を整えるべき。
雇用・労働環境	労働人口の減少により県内総生産が減少傾向にあるが、これ以上経済が衰退しないよう、女性の子育てと仕事の両立支援が重要
雇用・労働環境	人々に定住してもらうには、働きやすい労働環境・雇用が不可欠。企業の職場体験研修の支援、学校等へのキャリアアカウンターの増員、就職後のメンタルケア等の支援体制が必要

新たな総合5か年計画意見・提言一覧表

施策分野	意見・提言等
雇用・労働環境	うつ病の回復過程にある方の職場復帰前の事前練習ができる作業所づくりや、企業に向けた職場復帰プログラムの提案